

Jo Reichertz

Kommunikationsmacht

Wissen, Kommunikation und Gesellschaft

Schriften zur Wissenssoziologie

Herausgegeben von

Hans-Georg Soeffner

Ronald Hitzler

Hubert Knoblauch

Jo Reichertz

Wissenssoziologinnen und Wissenssoziologen haben sich schon immer mit der Beziehung zwischen Gesellschaft(en), dem in diesen verwendeten Wissen, seiner Verteilung und der Kommunikation (über) dieses Wissens befasst. Damit ist auch die kommunikative Konstruktion von wissenschaftlichem Wissen Gegenstand wissenssoziologischer Reflexion. Das Projekt der Wissenssoziologie besteht in der Abklärung des Wissens durch exemplarische Re- und De-konstruktionen gesellschaftlicher Wirklichkeitskonstruktionen. Die daraus resultierende Programmatik fungiert als Rahmen-Idee der Reihe. In dieser sollen die verschiedenen Strömungen wissenssoziologischer Reflexion zu Wort kommen: Konzeptionelle Überlegungen stehen neben exemplarischen Fallstudien und historische Rekonstruktionen stehen neben zeitdiagnostischen Analysen.

Jo Reichertz

Kommunikations- macht

Was ist Kommunikation
und was vermag sie?
Und weshalb vermag sie das?



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

Lektorat: Frank Engelhardt

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Ten Brink, Meppel
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-16768-8

*Für meine Tochter Vivianne,
die mir sehr viel über menschliche Kommunikation
beibrachte.*

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	11
1 Schwarze Rhetorik, weiße Rhetorik – was ist die Frage?	15
2 „meintankisleer ... super!“ oder: Was ist Kommunikation?.....	24
2.1 Maria Windelen an der Tankstelle.....	24
2.2 Was alles hätte passieren können.....	28
2.3 Die Welt in Ordnung	30
2.4 Über die Macht der Kommunikation, Teil I.....	32
3 Die Kommunikationswissenschaft als moderne Schlüsselwissenschaft.....	33
3.1 The Age of Communication	33
3.2 Glücksbedingungen für das Entstehen von Wissenschaften	36
3.3 Die Frage nach der Frage, auf die die Kommunikationswissenschaft die Antwort ist	38
3.4 Kommunikationstheorie und Kommunikationsforschung	45
3.5 Historische Sozialtheorie der Kommunikation.....	49
4 Prämissen des kommunikativen Konstruktivismus.....	50
4.1 Sozialtheoretischer Ausgangspunkt.....	50
4.2 Wissen	51
4.3 Wahrnehmung und Wissen.....	53
4.4 Das sinnhaft kommunizierende Ich	54
4.4.1 Wer handelt eigentlich sinnhaft – das Ich oder das Gehirn oder wer?	56
4.4.2 Geschichte(n) des ‚Ich‘	61
4.4.3 Phänomenologische Deskription – eine Protozoologie?	66
4.5 Das Ich als Ausdruck gesellschaftlicher Praxis	70
4.6 Handeln und Formen der Handlungsverkettung.....	73

5	Was ist kommunikative Kompetenz?	75
5.1	Kommunikative Kompetenz = kompetent kommunizieren?	75
5.2	Kompetenz als Regelbeherrschung.....	76
6	Was ist Kommunikation?, Teil 2	81
6.1	Erste allgemeine Begriffsverwirrung.....	82
6.2	Kurze Geschichte des Kommunikationsbegriffs	84
6.3	Kommunikation und kommunikativer Konstruktivismus.....	94
6.4	Kommunikation – Versuch einer Umgrenzung	96
6.5	Das Wechselspiel der Kommunikation.....	106
6.6	Unnötige Engführungen des Kommunikationsbegriffes.....	110
6.7	Kommunikation mit und ohne eigene Bildungsgeschichte.....	115
6.8	Kommunikatives Tun und kommunikatives Handeln	118
6.9	Eindrucks- oder Ausdruckskommunikation	120
7	Ist jetzt alles Kommunikation?	124
7.1	Man kann nicht nicht kommunizieren	124
7.2	Missverständnisse und Irrtümer.....	127
7.3	Vom intimen Blick zur peripheren Wahrnehmung.....	133
7.4	Verbale und nonverbale Kommunikation	135
7.5	Auf welche Frage antwortet das Watzlawick-Axiom?	138
7.6	Medien und Dinge als kommunikative Gesten.....	143
7.7	Ist jetzt alles Kommunikation?	145
8	Verstehen ist nicht das Problem.....	149
8.1	Ist Kommunikation fallibel?	150
8.2	Individuelle Welt und individuelle Bedeutung	153
8.3	Verstehen ist möglich	156
8.4	Das Gehirn würfelt nicht!	163
8.5	Intersubjektive Bedeutung ist sozial erworben.....	167
9	Wann gelingt Kommunikation und wann ist sie gestört?.....	172
9.1	Kommunikation gelingt, wenn jemand antwortet.....	172
9.2	„Räum doch einmal freiwillig auf!“ – double-bind revisited.....	178
9.3	„Ich lüge!“ – das Lügner-Paradox revisited.....	181
9.4	Wann kommuniziert man kompetent?.....	183

10	Kommunikationsmacht	195
10.1	Was ist Wirkung?	197
10.2	Kommunikationsmacht bewegt zu Handlungen	198
10.3	Sprache und Sprechen als Quelle der Macht	202
10.3.1	Die magische Macht der Worte	202
10.3.2	Die Macht der Rhetorik	204
10.3.3	Die illokutionäre Kraft des Sprechakts	208
10.4	Die Autorität des Sprecher als Quelle der Macht	211
10.4.1	Der autorisierte Sprecher	211
10.4.2	Die Macht des Charisma	214
10.5	Die soziale Beziehung als Quelle der Macht	216
10.5.1	Fünf Disziplinierungen des Kommunizierens	217
10.5.2	Identität und Beziehung	228
10.5.3	Die Beziehung als Voraussetzung der Kommunikationsmacht	232
11	Neues Handeln, neues Tun, neue kommunikative Ordnungen?	237
12	Kommunikationsmacht als Beziehungsmacht über Identität	241
	Literatur	253

Vorwort

In diesem Buch beschäftige ich mich mit der Kommunikation unter Anwesenden und der Frage, weshalb Kommunikation auf die Anwesenden Wirkungen erzielen – also weshalb Kommunikation Macht haben kann. Diese Frage versuche ich aus wissenssoziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu beantworten. Die Medienkommunikation wird zwar mitbehandelt, steht aber nicht im Zentrum der Untersuchung.

Die Idee zu diesem Buch geht auf ein tiefes Unbehagen zurück, das mich schon ziemlich lange umtreibt – ein Unbehagen, das sich auch heute immer wieder einstellt, wenn ich die gängige aktuelle Literatur zum Thema ‚Kommunikation‘ lese. Dort findet man im Wesentlichen seit drei oder vier Jahrzehnten immer wieder die gleichen Erkenntnisse. Zum Beispiel die, dass man nicht nicht kommunizieren kann, dass man immer und überall mit vier Zungen spricht und mit vier Ohren hört, dass Sender Botschaften mittels Zeichen kodieren und Empfänger diese Zeichen dekodieren, dass man nur das sagen sollte, was relevant ist, dass man das klar tun sollte und dass Verstehen nicht so einfach, sondern eher unwahrscheinlich ist. Alle diese Erkenntnisse drehen sich im Kern um das Aussprechen und Verstehen von Botschaften. Oder anders: Die Wissenschaften, die sich zurzeit mit menschlicher Kommunikation auseinandersetzen, haben sich darauf eingerichtet, dass Kommunikation im Wesentlichen darin besteht, dass ein Sprecher anderen Menschen seine Absichten mittels (sprachlicher) Zeichen kundtut.

Diese Sicht der Dinge herrschte beileibe nicht immer vor – gerade in den Anfangstagen der Kommunikationsforschung wurden auch andere Deutungen gehandelt. Durchgesetzt hat sich aber offensichtlich eine verstehensorientierte Kommunikationsforschung, und nach deren Ansicht ist Kommunikation erfolgreich an ihr Ende gekommen, wenn der Hörer die Absicht des Sprechenden verstanden hat. Welche Wirkungen Kommunikation dann aber nach sich zieht, wird meist als Kollateralschaden von kommunikativen Prozessen betrachtet und nicht als Teil der Kommunikation. Um solche ‚Schäden‘ hat sich die Kommunikationsforschung, sei sie in der Soziologie oder in der Kommunikationswissenschaft verortet, dann auch nicht zu kümmern.

Vor allem diese weit verbreitete Sicht löste das oben angesprochene tiefe Unbehagen aus, wird doch damit das Spezifische menschlicher Kommunikation,

das was an der Kommunikation wesentlich ist, systematisch ausgeblendet: Kommunikation zielt nämlich immer auf Wirkung, auf Handlungsbeeinflussung. Dazu muss Kommunikation eine Art von Macht aufbauen und nutzen können, die sich aus ihr selbst speist. Die Frage nach dieser Macht, nach der ganz alltäglichen Kommunikationsmacht, ist, so sie denn überhaupt in den Blick gerät, noch weitgehend unbeantwortet.

Es wird Zeit, dass die Kommunikationsforschung sich der Frage nach der alltäglichen Kommunikationsmacht annimmt. Einen ersten Versuch, dafür zu werben, also von einer verstehensorientierten Kommunikationsforschung auf eine wirkungsorientierte Kommunikationsforschung umzustellen, habe ich vor zwei Jahren vorgelegt (Reichertz 2007a: 293-326). Mit diesem Buch wird dieses Werben erneuert – allerdings sehr viel systematischer und fundierter.

Wieder gilt, dass Bücher und Ideen viele Väter und Mütter und noch mehr Geburtshelfer haben. Sie alle zu nennen, ist unmöglich. Wer die Väter und die Mütter sind, ist aus dem Buch leicht erkennbar. Hervorheben möchte ich nur Erving Goffman. Vieles von dem, was bereits in seinen, in Deutschland viel zu wenig beachteten gesprächstheoretischen Arbeiten zu finden ist (vor allem: Goffman 2005) findet sich auch, wenn auch in anderen Worten, in meinen Argumenten.

Danken möchte ich erst einmal den Studierenden der Kommunikationswissenschaft an der Universität Duisburg-Essen und vielen Studierenden der Universität St. Gallen. In den zurückliegenden Jahren habe ich meine Überlegungen zur Kommunikationsmacht sowohl in Essen als auch in St. Gallen in unterschiedlichen Kontexten vorgetragen und diskutiert. Dabei waren die Studierenden nicht nur in der Weise hilfreich, wie andere Personen ganz allgemein für die Verfertigung der eigenen Gedanken hilfreich sind, sondern auch konkret dadurch, dass sie kritisierten, verbesserten und ergänzten. Dabei haben die Studierenden nicht nur in Lehrveranstaltungen Stellung bezogen, sondern auch wiederholt in teils umfangreichen E-Mails an mich. Ganz besonderen Dank bin ich Götz Lange von der Universität Duisburg-Essen schuldig. Unsere umfangreiche und lange, von ihm angestoßene E-Mail-Kommunikation über das erste Axiom Watzlawicks (Man kann nicht nicht kommunizieren) war für mich sehr fruchtbar.

Besonderer Dank gilt Andreas Ziemann und Peter Stegmaier. Sie haben Teile meines Manuskripts sehr aufmerksam gelesen, mich auf Schwächen hingewiesen und durch ihre Kritik geholfen, vieles klarer und besser zu formulieren. Mein Dank gilt auch Oliver Bidlo, Andrea Degutsch, Carina Englert und Nadine Marth. Mit großer Akribie und Geduld haben sie das gesamte Manuskript durchgesehen und durch ihre Verbesserungsvorschläge dazu beigetragen, den Argumentationsgang zu verbessern. Danken möchte ich ebenfalls Vera Hildebrandt

und Sebastian Holtze. Beide haben mit großer Sorgfalt die Durchsicht und Korrektur letzter Hand vorgenommen.

Ganz besonderen Dank bin ich Sylvia Wilz schuldig – nicht nur für den fachlichen Rat zu fast allen hier vorgestellten Thesen, sondern auch dafür, dass sie mir die Kraft gegeben hat, die man benötigt, um ein solches Buch zu schreiben.

1 Schwarze Rhetorik, weiße Rhetorik – was ist die Frage?

Ein gewaltiger Herrscher ist das Wort: Gering und unscheinbar ist sein Leib, und doch vollbringt es die wunderbarsten Werke.
Platon: Gorgias: Helena

Es gibt wohl kaum eine andere menschliche Erkenntnis, die selbst über die Zeiten hinweg mehr Zustimmung findet als die, dass ausgesprochene Worte beachtliche Macht entfalten können, dass Kommunikation in der Lage ist, nicht nur die Menschen, sondern auch den Lauf der Welt zu verändern. Doch trotz der Gewissheit, dass Kommunikation mächtig ist, weiß man über die Quellen dieser Macht überraschend wenig.

Von bestimmten machtvollen Quellen des gesprochenen Wortes wissen wir allerdings sehr wohl: So sagt die Kriminologie (und der Alltagsverstand), dass Worte, die von der Androhung massiver Gewalt begleitet werden, andere sehr leicht dazu bewegen, die Dinge zu tun, die man ihnen sagt. Die Soziologie lehrt uns, dass die Worte des Herrn den Diener zur Tat beflügeln – weiß doch Letzterer, dass er bei Nichtbefolgung seine Anstellung verliert. Auch lehrt uns die Soziologie, dass die, die jemanden für etwas Besonderes halten, ihm gar Charisma zuschreiben, den Worten des Verehrten auch dann folgen, wenn sie die Botschaft nicht verstehen. Doch Charisma ist außeralltäglich – nicht alltäglich. Und vieles spricht dafür, dass die alltägliche Kommunikationsmacht damit gerade nicht erfasst wird. Sprechakttheoretiker vermuten die Kommunikationsmacht in der Einhaltung von Konventionen oder gar in einer (fast magischen) illokutionären Kraft, die aus der Sprache selbst hervor geht. Das scheint mir wenig plausibel.

Nun ist es nicht wirklich überraschend, dass Gewalt oder Herrschaft oder Charisma den Worten Macht verleihen. Überraschend wäre es, wenn dies nicht der Fall wäre – wenn also Gewalt, Herrschaft und Charisma wirkungslos blieben, was aber durchaus vorkommen kann. Gewalt, Herrschaft und Charisma erklären ohne Zweifel manches, in manchen Bereichen, also z.B. in Unternehmen sogar viel, obwohl auch dort nicht alle Macht von der Herrschaft ausgeht. Auch dort geht ohne personale kommunikative Macht alles nur nach Vorschrift, und das führt nicht allzu weit. Der entscheidende Punkt ist, dass Kommunikation auch dann (sehr) machtvoll sein kann, wenn weder Gewalt, noch Herrschaft noch

Charisma dahinter stehen. Mehr noch: diese Art von Kommunikationsmacht ist der häufige Normalfall, nicht der seltene Grenzfall. Die ‚normale‘ Kommunikation im Alltag kommt ohne Gewalt, Herrschaft und Charisma aus und entfaltet dennoch Macht. Für eben diese Macht interessiere ich mich.

Mich interessiert, weshalb Menschen, wenn sie von anderen Menschen gebeten werden, das Salz zu reichen oder das Fenster zu schließen, das auch tun. Aber Menschen tun noch viel mehr füreinander. Weil sie miteinander kommuniziert haben, ändern sie (oft) ihr Verhalten, ihre Einstellungen und auch ihr Leben. Vieles davon verdankt sich alltäglicher Kommunikationsmacht.

Mich interessiert nicht, weshalb ein Sekretär einen Auftrag seiner Chefin ausführt, wenn sie ihn dazu aufgefordert hat. Das erklärt sich von selbst. Mich interessiert, weshalb der Sekretär den Auftrag besonders sorgfältig ausführt und dabei auch an das denkt, an das die Chefin möglicherweise nicht gedacht hat. Mich interessiert auch, weshalb die Chefin den Hinweis ihres Sekretärs, es fehle noch die Angabe X zum Anlass nimmt, die gewünschte Angabe nachzuliefern und dem Sekretär für den Hinweis zu danken.

Mich interessiert nicht, weshalb ein Polizist einen Beschuldigten mittels Brief zu einer Vernehmung vorladen kann. Mich interessiert stattdessen, weshalb der Beschuldigte, so er sich auf eine Vernehmung eingelassen hat und so er denn schuldig ist, nur aufgrund des kommunikativen Handelns des Vernehmenden einräumt, die ihm zur Last gelegten Taten begangen zu haben.

Mich interessiert, wie z.B. der Gründer der christlichen Religion, ohne Zweifel ein großer Charismatiker, falls er die Zeit und die Gelegenheit bekommen hätte, eigene Kinder großzuziehen, diese jenseits von Drohung (Wenn Du nicht X tust, dann wird negative Sanktion Y erfolgen) und Bestechung (Wenn Du nicht X tust, dann wird positive Sanktion Y erfolgen) dazu bewegt hätte, ihr Zimmer aufzuräumen, ehrlich zu sein und Verantwortung zu übernehmen. Dies wäre ihm wahrscheinlich gelungen, aber allein mit einer Predigt wäre es zweifellos nicht getan gewesen.

Mich interessiert, weshalb kommunikatives Handeln unter Anwesenden meist die gewünschten Folgen und Wirkungen erzielt. Denn in der Regel erreichen Erwachsene mit ihren Worten bei anderen Erwachsenen das, was sie erreichen wollen – auch weil sie wissen, was man überhaupt mit Worten bei anderen erreichen kann. Wenn man etwas nicht erreichen kann, dann gibt es Streit, der aber ebenfalls mittels kommunikativer Handlungen geführt und beigelegt wird. Und Streit gibt es oft, weil Konflikte für jedes Zusammenleben von Menschen konstitutiv sind. Streit ist keine schlechte Gewohnheit wie Konsens keine gute ist – beide gehören zum menschlichen Alltag. Konflikt ist genauso notorisch wie Konsens. Kommunikation hilft Interessenskonflikte zu schlichten, aber auch Interessen zu optimieren. Kommunikation ist kein Werkzeug der Vernunft, mit

der Konflikt und Gewalt aus der Welt auf immer vertrieben werden können. Kommunikation ist nur eine andere Art des Handelns, die nicht notwendigerweise vernünftig ist, aber vernünftig sein kann.

Natürlich gibt es Situationen, in denen Kommunikation nichts mehr erreicht, wenn Stille entsteht, wenn alle schweigen; oder kommunikatives Handeln dazu benutzt wird, den Anderen zu verletzen oder herabzusetzen. Aber auch dann hat Kommunikation noch Macht, sogar sehr viel Macht. Kommunikation kann auch ohne Herrschaft beherrschen, verletzen, herabsetzen und sogar sprachlos machen.

Und natürlich gibt es Situationen, in denen Kommunikation endet und Gewalt beginnt. Aber das ist hier nicht mein Thema. Mein Thema ist die Kommunikation unter Anwesenden, die Macht hat. Deshalb ist die zentrale Frage dieses Buches die Frage nach der alltäglichen Macht der Kommunikation diesseits von Gewalt, Herrschaft und Charisma.

Allerdings geht es hier nicht (um ein grundsätzliches Missverständnis direkt zu beseitigen) um die Entwicklung oder Beschreibung irgendeiner Art von Rhetorik – weder um eine Rhetorik, die sich schmutziger Tricks bedient, also einer ‚Schwarzen Rhetorik‘ (Bredemeier 2005) oder gar ‚Verbotenen Rhetorik‘ (Beck 2007), noch um eine ‚weiße‘ oder gar ‚gute Rhetorik‘, die sich scheinbar des besseren Arguments bedient und die alle gewinnen lassen will (Fisher & Urry & Patton 2006). Denn die geläufigen Rhetoriken suchen die Kommunikationsmacht an der falschen Stelle und können deshalb nicht erfolgreich sein.

Dabei findet sich auf dem aktuellen Buchmarkt eine Fülle von Büchern, CDs und DVDs, die sich als wissenschaftlich und praktisch fundierte Kommunikationstrainings ausgeben und die von sich behaupten, die Quellen der Kommunikationsmacht zu kennen. Fast alle diese Bücher versprechen, die Kommunikationsmacht des Käufers beachtlich steigern zu können.

Viele Kommunikationstrainings setzen auf die Macht des *Sprechens*, manchmal auch auf die Macht des *Ausdrucks*. Dies tun sie im Übrigen aus gutem Grund, weil es allein das ist, was man (schnell) ändern, gestalten kann. Allerdings übersehen diese Trainings alle, dass die Macht gerade nicht im Sprechen und im Ausdruck liegt, sondern dass Sprechen und Ausdruck nur Hinweis auf bzw. ein *Indiz* für die gesellschaftliche, soziale Macht des Sprechers sein kann. Diese kann man mit Hilfe von Sprechen und Ausdruck inszenieren, im Sinne von ‚vortäuschen‘ – und dabei können Trainings helfen. Aber sie können nicht die soziale Macht des Sprechers herbeitrainieren. Man mag in einer Einführung in die Rhetorik vielleicht einen schönen Satz finden, von dem man glaubt, man könne damit seinen Gegner öffentlich in die Schranken weisen. Aber man wird dann, so man den Satz wirklich ausprobiert, feststellen, dass es nicht auf die

Form des Satzes ankommt, sondern darauf, dass der Satz so Gehör findet, dass man auf ihn hört. Und das hat mit Rhetorik nichts zu tun.

Andere Kommunikationstrainings sehen die Quelle der Kommunikationsmacht in der Güte des feinen und dennoch schlagkräftigen *Arguments*. Hier wird Logik gelehrt und Konsequenz. Deshalb wird der Vernunft ein Loblied gesungen. Allerdings gehört es zu dem von allen geteilten Wissen innerhalb einer Gesellschaft, dass in Kommunikationen gerade nicht das gute Argument zählt und zu Handlungen führt. Es ist common-sense-Wissen, dass in Gesprächen, Debatten, Diskussionen gerade nicht jede Behauptung, jedes Urteil, jede Empfehlung die gleiche Aufmerksamkeit findet oder gar als relevant eingeschätzt wird. Stattdessen variieren Akzeptanz und Relevanz (nicht nur, aber gerade in wissenschaftlichen Debatten, wo ja an sich nur das gute Argument zählen sollte) sehr stark mit der Person, die ein Argument vorträgt. Diskursive Verständigung aufgrund des zwanglosen Zwangs des besseren Arguments lebt nur in den Büchern und den Aufsätzen, in denen sie wortreich gefordert wird – in der kommunikativen Praxis ist sie nicht zu beobachten.

Kommunikation kann jedoch ohne Zweifel zu Handlungen motivieren, kann dem Gegenüber einen Grund liefern, der ihm ein bestimmtes Handeln nahe legt, ohne dass direkter oder indirekter Zwang dahinter steht. Die Frage, weshalb kommunikatives Handeln und kommunikatives Tun auch *ohne* Gewalt und Herrschaft Macht entfalten können, ist allerdings damit gerade nicht beantwortet.

Die deutschsprachige Kommunikationswissenschaft hat sich noch nie wirklich mit der Kommunikationsmacht beschäftigt. Die Medienwissenschaft, die sich vor allem auf die Betrachtung der Wirkung von Massenmedien konzentriert, kann dazu nur Antworten liefern, weil sie ‚Wirkung‘ auf die Benutzung von Fernbedienungen, das gestützte oder ungestützte Erinnern von Namen und Botschaften und die Bewegungen von Pupillen reduziert. Die Sprachphilosophie und hier vor allem die Sprechakttheorie wöhnt die Macht der gesprochenen Worte in den Konventionen des richtigen Aussprechens und oft auch in der geheimnisvollen illokutionären Kraft. Die Soziologie interessiert sich dagegen ausschließlich für die Formen sozialer Macht und Nachfolge. Aber kein wissenschaftliches Fach beschäftigt sich so recht mit der *alltäglichen Kommunikationsmacht unter Anwesenden* – also der Macht, die sich wegen des Zusammenspiels kommunikativer Handlungen erst aufbaut und dann auch entfaltet. Hier ist also noch erheblicher Forschungsbedarf.

Aber es gibt noch einen weiteren Grund, das aktuelle Grundverständnis kommunikativen Handelns zu überdenken. Der führt aber (aus meiner Sicht) zu einem ähnlichen Ergebnis – nämlich der Einführung der Machtfrage in die Kommunikationstheorie: Im Kern ist das Grundverständnis kommunikativen Handelns etwa mehrere Jahrzehnte alt und somit nicht mehr zu allen Teilen auf

der Höhe der aktuellen wissenschaftlichen Debatten. Das Grundverständnis von Kommunikation wurde (wenn man grob zusammenfasst) in zwei aktiven Phasen geschaffen: In der ersten Phase (etwa von 1890 bis 1940) entwickelten vor allem Sozialwissenschaftler (aus Europa und Nordamerika) unter dem Eindruck neuer Erkenntnisse der Anthropologie, der Evolutionstheorie und der aufkommenden Soziologie erste Vorstellungen von einem kommunizierenden Menschen, der mittels Kommunikation sinnhaft handelt und nicht nur Botschaften weiter gibt, sondern die Welt, den Anderen und sich selbst kommunikativ ‚erschafft‘. Wichtig für das europäische Denken waren u.a.: Emil Durkheim, Marcel Mauss, Ferdinand de Saussure, Wilhelm Wundt, Max Weber, Alfred Schütz, Georg Simmel und Karl Bühler. Die amerikanische Denktradition schufen vor allem Charles Sanders Peirce, William James, Charles Cooley und George Herbert Mead, die teils explizit an die europäische Entwicklung anknüpften, diese aber aus pragmatistischer Sicht erweiterten und veränderten.

Ausgearbeitet und systematisiert wurden die von den Klassikern eher verstreut formulierten Vorstellungen zum menschlichen kommunikativen Handeln in der zweiten heißen Phase der Theoriebildung zur menschlichen Kommunikation. Sie begann im deutschsprachigen Raum in den frühen 1960er Jahren und währte etwa 20 Jahre. Dann hatte sich die lebhafte Theorieentwicklung merklich abgekühlt und die erarbeiteten Konzepte und Theorien fanden ihren Weg in den kommunikationswissenschaftlichen Kanon – wo sie auch heute noch sind. Angestoßen wurde die zweite Phase der Theorieentwicklung neben neuen anthropologischen Kenntnissen vor allem durch die aufkommende Soziolinguistik, die Sprechakttheorie und die linguistische Pragmatik auf der einen und der Informationstheorie, der Kybernetik und der Semiotik auf der anderen Seite. Es war die Zeit der immer differenzierter werdenden Kommunikationsmodelle.

Mittlerweile scheint die sozialwissenschaftliche Theoriearbeit bis auf wenige Ausnahmen (z.B. die Arbeiten von Thomas Luckmann und Hubert Knoblauch) eine größere Auszeit genommen zu haben. Man weiß nichts oder doch nur sehr wenig darüber, wie sich ‚kommunikative Kompetenz‘ im Laufe eines Lebens aufbaut, wie sie erlernt wird (dazu immer noch wertvoll: Oevermann et al. 1976) und wie sie im Alter, insbesondere beim Vorliegen von Demenz, verloren geht bzw. genommen wird. Man weiß nichts oder doch nur wenig darüber, welche Bedeutung Geschlecht, Nationalität und Sozialschicht für die Entwicklung der Fähigkeit hat, gelungen zu kommunizieren. Nichts oder nur sehr wenig weiß man (jenseits der alten Debatte über die Sprachbarrieren) über die Kommunikation zwischen den und innerhalb der Sozialschichten. Systematisches Wissen über das kommunikative Handeln in der Oberschicht existiert ebenfalls nicht.

Mit der Arbeit am Verständnis menschlicher Kommunikation beschäftigen sich in den letzten Jahrzehnten vor allem die Sprachwissenschaft und die Me-

dientheorie – allerdings zukosten der Verengung ihres Gegenstandes: Die Sprachwissenschaften sehen in der Kommunikation vor allem menschliches Sprechen und die Medientheorien konzentrieren sich auf die Konzeptionalisierung der Medien der Kommunikation. Die Ausarbeitung einer Theorie menschlicher Kommunikation ist dagegen kaum vorangeschritten – auch weil nicht wenige davon ausgehen, dass mit den Theorien von Paul Watzlawick und Schulz von Thun oder aber mit den Theorien von Alfred Schütz, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann alles gesagt ist, was es über Kommunikation zu sagen gibt¹.

Ohne Zweifel hat die Kommunikationswissenschaft in Deutschland schnell Fuß gefasst. Manche sind jedoch der Meinung, dass das schnelle Aufblühen der Kommunikationswissenschaft in den 1960er Jahren dem Fach eher geschadet als genützt hat. Denn kaum hatte man mittels Forschung erste Ergebnisse erlangt, stellte man die eigenständige Forschung ein und widmete sich mehr der Rückbesinnung auf alte Traditionen, dem Entwickeln allgemeiner Modelle und dem Wiederkäuen der Ergebnisse der Klassiker.

Da wissenschaftliche Erkenntnisse schnell altern und immer wieder neues Wissen auch über den Prozess menschlicher Kommunikation gesellschaftlich geschaffen wird, macht es Sinn, immer wieder bestehende Überzeugungen im Licht neuer Theorien zu betrachten und zu prüfen. Die Wissenssoziologie, poststrukturalistische Theorieentwürfe und die verschiedenen Spielarten einer Theorie der Praxis auf der einen Seite und die Ergebnisse der neueren Emotions- und Gehirnforschung auf der anderen Seite stellen echte Herausforderungen der vorliegenden Kommunikationstheorien dar. Sie liefern sehr gute Gründe dafür, kommunikatives Handeln nicht mehr auf Verstehen zu beziehen, sondern auf Wirkung.

Die Theorien von Kommunikation, die in den 1960 bis 1980er Jahren entstanden sind, haben meist nicht nur miteinander gemein, dass sie gerne einfache oder komplizierte Graphiken entwickeln, in denen ein Sender unter einer zunehmenden Anzahl von Zusatzbedingungen einem Empfänger eine Botschaft zukommen lässt, sondern die heimliche Botschaft all dieser Konzepte und Theorien ist, dass Kommunikation etwas ist, was zwischen zwei Akteuren bzw. zwei Parteien stattfindet. Zudem werden die an der Kommunikation Beteiligten in der Regel als rational handelnde, ihre Ziele vorab bedenkende und verfolgende Ak-

¹ Die systemtheoretischen Überlegungen zu einer Theorie menschlicher Kommunikation scheinen mir wenig geeignet, alltägliches kommunikatives Handeln verständlich zu machen oder zu erklären. Es ist ein Paradox, dass eine Theorie, die sich explizit der empirischen Forschung enthält und sich statt dessen das kommunikativ geschaffene und bereitgestellte Common-Sense-Wissen einer Gesellschaft als Plausibilisierungsgrundlage benutzt, gerade über diese Kommunikation so wenig zu sagen hat. Hilfreich ist die Systemtheorie statt dessen immer dann, wenn es darum geht, eingeschlossene Überzeugungen ihren Boden zu entziehen und damit Platz für Neues zu schaffen.

teure entworfen, die ihr kommunikatives Handeln nicht nur im voraus planen, sondern während der Kommunikation ihr Handeln an diesem Plan ausrichten. Eine solche Modellierung kommunikativen Handelns ist nicht nur viel zu kognitivistisch gedacht, sondern orientiert sich offensichtlich mehr an der schriftlichen denn an der mündlichen Kommunikation. Eine Kommunikationstheorie, die das alltägliche kommunikative Wechselspiel beschreiben, verstehen und erklären will, kann jedoch nicht die schriftliche Kommunikation als ‚ausgezeichneten, paradigmatischen Fall‘ kommunikativen Handelns ausweisen, sondern muss die alltägliche Kommunikation in den Blick nehmen, die Kommunikation also, die den Alltag der Menschen ausmacht und in ihm einen sehr großen Raum einnimmt.

Dann zeigt sich auch schnell, dass sich Kommunikation nie allein zwischen zwei Akteuren vollzieht, sondern dass notwendigerweise immer die jeweilige Kommunikations- und Interaktionsgemeinschaft mit anwesend ist, selbst dann, wenn die Kommunizierenden allein in einem kleinen Kämmerlein fernab der Zivilisation miteinander kommunizieren. Kommunikation bedarf immer des Dritten – also der Gemeinschaft, welche die Bedeutung von Kommunikation verbürgt.

Überdacht werden muss bei den vorliegenden Kommunikationstheorien zudem die Bedeutung des kommunizierenden Subjekts. Angesichts neuerer Erkenntnisse aus verschiedenen Wissenschaftsgebieten (also nicht nur aus der Gehirnforschung) muss geprüft werden, wie und unter welchen Einschränkungen an der Vorstellung eines sinnhaft kommunizierenden Akteurs wirklich festgehalten werden kann. Und es muss gefragt werden, ob die klassischen Kommunikationstheorien ihren Akteuren nicht unter der Hand die Charakteristika eines aufgeklärten bürgerlichen Subjekts zuschreiben und somit eine historische Subjektformation zu Unrecht universalisieren.

Mit einer solchen Reflexion einher geht aber auch die erneute Stellung der Frage, was ‚in uns‘ dafür verantwortlich ist, dass wir kompetent kommunizieren können. Gibt es wirklich eine kommunikative Kompetenz und wenn ja, besteht sie aus einem inneren geordneten, möglicherweise auch biologisch verankerten Regelwerk, das die Menschen in die Lage versetzt, mit Hilfe weniger Regeln unendlich viele korrekte kommunikative Handlungen zu ‚performen‘?

Ein solches Nachdenken, das sowohl das Subjekt aus dem Zentrum der Kommunikation nimmt, wie dessen (kommunikatives Handeln hervorbringende) Tiefenstruktur, muss dann nachfragen, ob nicht der gesellschaftlichen Praxis der Kommunikation sehr viel mehr Bedeutung zukommt als bislang angenommen. Bejaht man das, dann muss die Funktion von Kommunikation unter einem anderen Blickwinkel entworfen werden: Es geht Kommunikation dann nicht mehr um das Botschaftenüberbringen auf der einen und das Verstehen auf der anderen

Seite, sondern es geht der Kommunikation um Wirkung und diese kann nur über Macht erzielt werden. Macht ist das, was dazu führt, dass Akteure das tun, was ihnen kommunikativ angetragen wird – und damit ist der Punkt erreicht, mit dem ich einleitete.

Den Fokus der Kommunikationstheorie von ‚Verstehen‘ auf ‚Macht‘ umzustellen, bedeutet aber nun nicht, die vorliegenden soziologischen und kommunikationswissenschaftlichen Theorien zum kommunikativen Handeln lediglich um ein Kapitel zu erweitern, also zusätzlich zum Vorhandenen ein ergänzendes Kapitel über die Kommunikationsmacht zu schreiben. Eine solche Umstellung bedeutet, und das folgt aus der Logik, mit der sich Kommunikationsmacht aufbaut, dass der gesamte Prozess menschlicher Kommunikation und alle seine ‚Komponenten‘ vor dem Hintergrund der Wirkungs- und Machtfrage neu überdacht werden müssen.

Im Weiteren möchte ich für die These werben, dass Kommunikationsmacht sich im kommunikativen Zusammenspiel erst aufbauen muss, um sich dann weiter entwickeln zu können. Eingebettet ist das Entstehen von Kommunikationsmacht immer in die allgemeine kommunikative Konstruktion von Wirklichkeit, die nicht nur die Welt, in der wir miteinander umgehen, erzeugt, sondern vor dem Hintergrund einer für die Beteiligten relevanten Beziehung auch die Identitäten der miteinander Kommunizierenden. Um dies zu leisten, möchte ich hier eine Reihe von Konzepten und Theorien vortragen, die sich allerdings alle eigener empirischer Forschung verdanken – wohl wissend, dass Argumente alleine nichts sagen.

Die eigenen empirischen Forschungen untersuchten Taktiken des polizeilichen Vernehmens, Strategien der werblichen Kommunikation und der Public Relations, die kommunikative Kultur in Spielhallen, die Interaktion vor Gericht, interne wie externe Unternehmenskommunikation, Kommunikationsstrategien von Servicekräften in Callcenteragents, Praktiken der Liebeserklärung und der Heiratsanfrage, die Kommunikation des Designs von Autos, diverse Formen des Mediengebrauchs, fast jede Art der Kommunikation von Wissenschaftlern, aber vor allem die Grundlagen des alltäglichen und wissenschaftlichen Verstehens, also der Hermeneutik. Bei all diesen Projekten ging es (neben den Aufhellungen der jeweils recht unterschiedlichen Gegenstände) stets auch um das wirkungsvolle Kommunizieren einerseits und das Verstehen und die Erklärung der Wirkung des Kommunizierten andererseits².

² Vgl. hierzu: Reichertz 1984,1986, 1991, 2000, 2007, 2009, Reichertz & Ivanyi 2002 und Reichertz et al. 2009. Die Studien über Strategien der werblichen Kommunikation und der Public Relations, über interne wie externe Unternehmenskommunikation, über Kommunikationsstrategien von Servicekräften in Callcentern und über die Kommunikation des Designs von Autos erfolgten im Auftrag von Wirtschaftsunternehmen, weshalb die Ergebnisse hierzu nicht publiziert wurden.

Die hier entwickelten Konzepte und Theorien ergaben sich nicht von selbst, da sie weder aus dem Boden (aus den Daten) noch auf Bäumen (aus den Großtheorien) wachsen. Man kann sie weder finden noch pflücken. Man muss sie machen. In diesem Fall ergaben sie sich aus *Verdichtungen* der bislang von mir erarbeiteten Kenntnisse über die Macht der Kommunikation bzw. die Macht kommunikativen Handelns und Tuns. Diese Verdichtung emergierte weder von selbst aus den Daten noch stellte sie sich mit einem Schlag her. Stattdessen bedurfte es empirischer und auch theoretischer Arbeit, die sich mit den Jahren (wie man meinen Publikationen entnehmen kann) sukzessive aufbaute.

Die Verdichtung der Arbeitsergebnisse erfolgte weder streng methodisch noch rein zufällig. Zweifellos war die Verdichtung methodisch angeleitet, sie folgte jedoch keiner Methode Schritt für Schritt. Gewiss könnte ich reklamieren, mich der Methode der Grounded Theory bedient zu haben – doch wäre dies nicht wirklich zutreffend, auch wenn verschiedene Praktiken der Grounded Theory verwandt wurden. Angemessener ist wohl zu sagen, dass ich mich um eine ‚hermeneutische‘ Haltung zu den erhobenen Daten, den erstellten Konzepten und Theorien bemüht habe, welche einerseits die Daten und vorliegenden Konzepte wie Theorien ernst nimmt, zugleich aber auch der lebensgeschichtlichen wie beruflichen Verstricktheit des Forschers in die jeweiligen Gegenstandsbereiche Rechnung trägt. Eine gehörige Prise Intuition (oder wie man früher sagte: Ahnung, Mutmaßung) und ein gerütteltes Maß an Common-Sense-Wissen waren gewiss auch dabei, als es darum ging, das Muster zu finden, das alles verbindet.

Der hier vorgelegte Stand der Überlegungen zur Macht kommunikativen Handelns und Tuns ist weder der letzte noch der endgültige, sondern nur ein Zwischenstand, wenn man so will: eine Wasserstandsmeldung zu den Fragen, was Kommunikation ist (genauer: was die Aufgabe von Kommunikation ist), was Kommunikation vermag und weshalb Kommunikation dies vermag, die darauf wartet, differenziert und verbessert oder revidiert zu werden.

2 „meintankisleer ... super!“ oder: Was ist Kommunikation?

Die beste Methode dürfte hier wie bei anderen Problemen sein, dass man die Gegenstände verfolgt, wie sie sich von Anfang an entwickelt haben.
Aristoteles (1973): Politik. Buch I,2: S. 47.

2.1 Maria Windelen an der Tankstelle

Stellen Sie sich einmal vor oder genauer – erinnern Sie sich einmal an ähnliche Situationen mit ähnlichem Personal: Ein ungemütlicher Dezemberabend im Ruhrgebiet. Maria Windelen ist mit ihrem Wagen auf dem Weg nach Hause. Ein anstrengender Arbeitstag liegt hinter der Rektorin einer deutschen Großstadtschule. Es regnet und draußen ist es kalt. Die attraktive, schlanke Endfünffzigerin trägt ein blaues Businesskostüm, die Haare sind modisch frisiert und das dezente Make-up hat sie vor der Abfahrt von der Schule noch aufgefrischt.

Sie ist müde, sehr müde, hat aber noch die Energie, sich auf ihren Mann (Studienrat für Deutsch und Geschichte) zu freuen, der die beiden Enkelkinder, die seit zwei Tagen zu Besuch sind, gerade betreut. Sie macht sich Gedanken darüber, was sie zu Essen machen und wie sie die Kinder bespaßen soll, als sie nach einem Blick auf die Kraftstoffanzeige ihres Mercedes Cabrio die nächste Großtankstelle anfährt. Sie hält vor einer der vielen Zapfsäulen, steigt aus, schaut sich suchend um. Da wir uns in den Anfängen des 3. Jahrtausends befinden, gibt es wieder Tankstellen mit Servicepersonal. Ihr Blick bleibt an einem Mann in den 40ern (offensichtlich *ohne* Migrationshintergrund) hängen, den sie noch nie zuvor gesehen hat, der dem Serviceteam anzugehören scheint. Er ist mit einem Overall und einer Schirmmütze bekleidet, auf der das Logo der angefahrenen Tankstellenkette deutlich zu sehen ist. Der Mann³ (schlechte Haut, schlechte

³ Der Mann hat auch einen Namen – nämlich Peter Fischer. Er ist 35 Jahre alt, seit 17 Jahren verheiratet, hat drei Kinder (der Älteste macht eine Lehre, die beiden Jüngsten gehen noch zur Schule). Seine Frau hilft gelegentlich bei einem Friseurladen aus und geht ansonsten putzen. Peter Fischer ist gelernter Friseur, musste aber wegen einer Allergie seine Stelle bei einem großen Friseursalon aufgeben. Nach drei Jahren Arbeitslosigkeit hat er bei der Tankstelle vor einem Monat den sehr schlecht bezahlten Job als Servicemitarbeiter bekommen. Jetzt ist er bereits seit siebeneinhalb Stunden im Dienst. Er ist sehr müde und hat bislang 4,73 Euro Trinkgeld erhalten. Natürlich könnte der Mann an

Zähne, etwas aus der Form, offensichtlich müde) erwidert den Blick von Maria Windelen und bewegt sich auf sie zu. Als er etwa eineinhalb Meter von ihr entfernt ist, spricht sie (immer noch in Gedanken bei ihren Enkelkindern weilend) in seine Richtung die Worte: „meintankisleer ... super“.

Was jetzt passiert, das ist weder ungewöhnlich noch überraschend, sondern völlig normal und es passiert in dieser oder sehr ähnlicher Form überall in Deutschland – jeden Tag und immer wieder. Der Mann bewegt sich (ohne ein Wort der Antwort oder der Nachfrage) unter den Augen von Maria Windelen zu deren Auto, öffnet die Klappe zur Tanköffnung, steckt den Stutzen des Benzinschlauchs in die Tanköffnung und befüllt den Tank. Maria Windelen gibt dem Mann dann eine kleine Münze, wendet sich wortlos in Richtung Kasse, bezahlt dort und fährt nach Hause zu Mann und Enkelkindern – ohne noch einmal Blickkontakt mit dem Mann, der den Tank ihres Wagens gefüllt hat, aufzunehmen. Der Mann hat derweil zwischen den Zapfsäulen Stellung bezogen und scannt die ankommenden Autos danach, ob jemand seine Hilfe will oder benötigt.

All das geschieht ohne Zögern und ohne Nachfragen. Weder stellt der Mann Fragen noch wundert sich Maria Windelen über das, was der fremde Mann mit ihrem Auto anstellt. Weder werden die Regeln für eine höfliche Begegnung eingehalten noch begleitet eine entgegenkommende, freundliche Emotionalität, durch die viele Servicetätigkeiten in modernen Gesellschaften gekennzeichnet sind (Hochschild 1990), das gemeinsame Handeln. Es ereignet sich einfach, weil es sich so oder in ähnlicher Form schon unendlich oft an deutschen Tankstellen ereignet hat und weil es auch den beiden Charakteren, wenn auch in anderer personaler Konstellation, immer wieder passiert ist bzw. sie es so gemacht haben. Man muss nicht zueinander höflich oder freundlich sein – vor allem nicht zu dieser Tageszeit und bei diesem Wetter⁴. Tanken ist für sie eine Praxis, die sie

der Tankstelle auch ein Wissenschaftler sein, der gerade mit einer beobachtenden Teilnahme die Bedingungen von Hilfsarbeiten im Servicebereich erkunden will. Dass er beamteter Wissenschaftler ist, würde erst einmal am Lauf der Dinge wenig ändern. Auch er würde wortlos das tun, was alle in der Position der Servicekraft tun. Allerdings wäre in dem Falle die Wahrscheinlichkeit höher, dass es in der Kommunikation zu Irritationen kommt. Sollten sie einmal entstanden sein, dann wird der weitere Verlauf sich ganz wesentlich anders entwickeln. Wenn hier die Geschichte vor allem aus der Perspektive von Maria Windelen erzählt wird, dann vor allem, um deren (richtige und unrichtige) Wahrnehmungs- und Orientierungsleistungen sichtbar zu machen. Ich hätte auch die Perspektive von Peter Fischer zur Leitperspektive machen können. Möglich und interessant wäre es aber auch gewesen, dabei den Weg Latours beschreitend (Latour 2002, 2007), die Ereignisse aus der Perspektive der heimlichen Hauptdarstellerin, der Zapfsäule, zu berichten: Alle Personen und Dinge bewegen sich um sie herum, müssen sich zu ihr positionieren und erst, wenn sie gegeben hat, was sie geben soll, ist sie nicht mehr Zentrum der Ereignisse.

⁴ Neckel hat also Recht, wenn er schreibt: „Und wie in allen anderen gesellschaftlichen Bereichen geben auch im ökonomischen Feld soziale Institutionen jeweils spezifische Gefühlsregeln vor, nach denen Akteure Emotionen in sozial erwünschter Weise erleben und ausdrücken sollen“ (Neckel

kennen und in unterschiedlichen Formen auch schon betrieben haben. Sie setzen eine Praxis fort, die sie kennen, und deshalb wissen sie, was sie in welcher Reihenfolge zu tun haben und was nicht.

Es passiert einfach, obwohl die Lautfolge „meintankisleer ... super“ für viele Sprach- und Kommunikationswissenschaftler gleich in mehrfacher Hinsicht falsch bzw. unklar ist. Einmal ist die Aussage ganz offensichtlich falsch, weil nicht der Tank von Maria, sondern der Tank ihres Autos leer ist. Auch kann er nicht wirklich leer sein, sonst wäre der Wagen nicht bis zur Zapfsäule gelangt. Dann fehlt in dem Satz der konkrete Auftrag: „Ich beauftrage Sie hiermit, den Tank meines Wagens zu befüllen.“ Ebenso fehlt eine Mengenangabe, also eine Aussage darüber, wie viel Benzin denn aufgefüllt werden soll. Über all diese Mängel hinaus fehlen natürlich auch eine Begrüßung und deren Erwiderung. Niemand klärt, was hier überhaupt der Fall ist und niemand verabschiedet sich. Der Mann fragt nicht nach, ob er richtig verstanden hat, und den Tank des Autos füllen soll. Dennoch wissen alle, was hier der Fall ist und was als Nächstes zu tun ist.

Klar ist, dass es Maria Windelen nicht nur um die Konstatierung eines Sachverhaltes ging und dass dieses nachgestellte „super“ kein freudiger oder sarkastischer Kommentar zu diesem Sachverhalt war, sondern unter Berücksichtigung der Maxime, dass man nur das sagt bzw. sagen sollte, was für das aktuell laufende Geschehen relevant ist (vgl. Grice 1996), versteht der Mann im Overall das „super“ als Auskunft darüber, welche Art von Benzin der Wagen benötigt.

Dass Maria Windelen das Wort ‚Tank‘ aufgrund eines traumatisierenden Kindheitserlebnisses mit Schmerz und Trauer verbindet, während dagegen das Wort ‚Tank‘ für den Mann aufgrund eines schönen Kindheitserlebnisses mit Wohlempfinden und Freude verbunden ist, stört die Kommunikation in keiner Weise. Sie ‚gelingt‘, weil in dieser Situation nur relevant ist, dass der Tank fast leer ist. Keiner von beiden erfährt, dass sie in unterschiedlichen ‚Tankwelten‘ leben und sie werden auch nie davon erfahren – außer sie beschließen, eine Beziehung miteinander einzugehen und kommen dann einmal zufällig auf dieses Thema. Dann erst würden sie von ihren unterschiedlichen Konnotationen zum Wort ‚Tank‘ erfahren. Aber auch in diesem Gespräch würden sie gut verstehen können, was der andere jeweils mit dem Wort ‚Tank‘ verbindet und dann für die jeweils spezifische Art des ‚Verstehens‘ des Wortes ‚Tank‘ Verständnis haben.

Angesichts dieser zahlreichen Mängel der von Maria Windelen geäußerten Lautfolge, die natürlich eine kommunikative Handlung war, sollte man doch erst einmal vermuten, die Kommunikation sei nicht gelungen, könne auch gar nicht

2008: 121). Allerdings, so könnte man ergänzen, variieren diese Regeln auch mit Jahres- und Tageszeit, Belastung und Firmenanspruch, Branche und Kundschaft etc..

gelingen. Frau Windelen müsse erneut ansetzen, erst einmal einen Gruß äußern, der durch einen Gegengruß auch ratifiziert werden müsste und dann könnte sie ihr Anliegen klar äußern, worauf dann der Mann erneut das Verstehen und seine Bereitschaft, den erteilten Auftrag auch zu erledigen, zum Ausdruck bringen müsste. Wenn der kommunikative Akt dennoch fraglos gelingt, sollten wir uns genauer ansehen, weshalb das so ist und was wir daran über alltägliches kommunikatives Handeln lernen können.

Was macht Frau Windelen, wenn sie auf diese Weise mit dem Mann von der Tankstelle kommuniziert? Erst einmal sagt sie ihm, dass ihr Tank leer ist und nicht ihr Geldbeutel – was für den Fortgang der Ereignisse gewiss nicht ganz unwichtig ist. Hiermit sagt sie erst einmal etwas über die Welt, sie stellt einen Sachverhalt dar. Das ist der sachliche *Inhalt* ihrer kommunikativen Handlung. Dann *gibt* sie mit ihrer Äußerung *kund* (und um das zu erkennen, müssen wir bereits aus dem in dieser Situation geäußerten Satz Schlussfolgerungen ziehen, Implizites explizit machen, Implikationen und Implikaturen ausbuchstabieren), dass ihr dieser Sachverhalt in irgendeiner Weise unangenehm ist. Das ist der zweite Aspekt dieser kommunikativen Handlung. Der dritte ist (und auch hier müssen wir mit Interferenzen arbeiten), dass Maria Windelen mit ihrem Satz ihr Gegenüber auffordert, an ihn *appelliert*, diesen unangenehmen Zustand zu beenden, indem er den fast leeren Tank auffüllt. Der vierte Aspekt des Handelns ist, dass damit zwischen Frau Windelen und der Servicekraft eine *Beziehung* aufgebaut wird, nämlich die zwischen Kunde und Servicepersonal, was eine moderne Variante der Beziehung zwischen Herr und Knecht ist. All das wissen Sozial- und Kommunikationswissenschaftler – ist das doch schon seit langem durch die Arbeiten von Bühler, Watzlawick und Schulz von Thun bekannt und bis in die Schulbücher und die Bahnhofsratgeber für kleines Geld und wenig Zeit hinein verbreitet worden (Bühler 1999, 2000; Watzlawick 1969; Schulz von Thun 1981).

Aber es passiert noch mehr: Indem Maria Windelen über ihren Tank und die Notwendigkeit des Tankens spricht, spricht sie auch über ihre Welt, in der Autos mit Benzin fahren, das im Tank gelagert und mittels Benzinpumpe in den Motor geleitet und dort gezündet wird und die so aufgebaute Energie treibt dann die Räder ihres Autos an. All das weiß Frau Windelen zwar nicht genau, nur ungefähr, aber sollte sie einmal etwas Genaueres darüber wissen wollen oder müssen, dann könnte sie ihre Kollegen/innen aus der Physik oder der Chemie dazu befragen.

Indem Maria Windelen in dieser Weise ihre Anweisung gibt, sagt sie zugleich etwas über ihre soziale Position und die ihres Gegenübers aus. Obwohl man in der Art und Weise, wie sie spricht, auch etwas über ihre Persönlichkeit erfährt (ungeduldig, ein wenig herrisch, nicht ganz bei der Sache) und in der Art

und Weise, wie der Mann von der Tankstelle der Anweisung nachkommt, auch etwas über seine Persönlichkeit erfährt (duldsam, effektiv, wortkarg), werden hier doch vor allem soziale Rollen angesprochen und ausgelebt: die zwischen Kunde und Personal. Dennoch: Auch damit bestimmt Maria, was sie ist und sein will und was der andere ist bzw. für sie sein soll. Kurz: Sie schreibt sich und dem Anderen Identität zu, nämlich selbst eine besondere Sorte von Kundin zu sein, während die Servicekraft aus ihrer Sicht vor allem ‚nur‘ Servicekraft ist. Das sieht der Mann im Overall in etwa auch so – zumindest tut er so, als würde er es so sehen. Und weil beide wissen, was ‚hier los ist‘ (Goffman) und was zu tun ist, klappt alles so reibungslos und deshalb sind alle zufrieden.

2.2 Was alles hätte passieren können

Aber es hätte auch alles völlig anders ablaufen können. Denkbar ist Folgendes: „Guten Abend, gnädige Frau, so viel Zeit muss sein. Was kann ich für Sie tun?“ Das wäre eine mögliche Antwort des Mannes von der Tankstelle gewesen, die sanft auf der Gültigkeit von Höflichkeitsfloskeln auch am späten Abend an der Tankstelle besteht und zugleich milde tadelt. Vielleicht wäre dieser leichte Tadel auf fruchtbaren Boden gefallen und vielleicht hätte Maria Windelen gesagt: „Entschuldigen Sie bitte, das war unhöflich von mir. Guten Abend und könnten Sie bitte den Tank meines Wagens füllen?“. Vielleicht hätte er sich aber mit dieser Zurechtweisung sein Trinkgeld verscherzt. Oder noch ärger: Maria hätte schnippisch darauf hinweisen können, dass sie es nicht nötig hätte, sich von einem Tankhelfer zurechtweisen zu lassen, wäre dann in ihr Auto gestiegen und zur nächsten Tankstelle gefahren. Wenn das der Geschäftsführer gesehen hätte, wäre dies nicht ohne Folgen für den Mitarbeiter geblieben.

Aber der Mann von der Tankstelle hätte auch die Ansicht Frau Windelens von der Beschaffenheit der Welt irritieren können. So hätte er sagen können, dass Autos seit neuestem von kosmischer Energie angetrieben würden und deshalb nicht mehr betankt werden müssten. Oder er hätte ihr mitteilen können, dass Bäckereien jetzt für die Ausgabe von Benzin zuständig seien oder aber dass wegen einer Finanzkrise, einem Embargo oder schwindenden Ölreserven nur noch zehn Liter pro Autofahrer abgegeben werden dürften. All das und noch viel mehr hätte er über die Welt mitteilen können und es wäre schnell klar geworden, dass sie offensichtlich nicht in der gleichen Welt leben.

Aber er hätte auch an der sozialen Rolle arbeiten können. Seine Antwort: „Sehr gern, gnädige Frau.“ und sein Ruf nach hinten: „Eh Pit, füll doch mal den Tank der jungen Frau!“ hätten klar gemacht bzw. klar machen sollen, dass er entgegen der Zuweisung durch die Kundin nicht eine Servicekraft, sondern der

Chef oder zumindest eine vergleichbar wichtige Position im Betrieb einnimmt oder darstellt.

Aber er hätte auch Sprachkritik betreiben können – etwa mit den Worten: „Für Ihren Tank bin ich nicht zuständig, aber wenn Sie den Ihres Wagens meinen, dann kann ich den natürlich auffüllen, wenn Ihnen das recht sein sollte.“ Maria Windelen hätte dann, wäre der Mann Ende zwanzig gewesen, vielleicht erwidert: „Ah, noch einer von den Germanistikstudenten, die es nicht geschafft haben, Lehrer zu werden.“ Wäre der Mann Mitte vierzig gewesen, hätte die Erwidern vielleicht so gelautet: „Wird heute an Schulen so wenig gezahlt, dass sich die Deutschlehrer an der Tankstelle etwas nebenbei verdienen müssen?“ Einem jungen Mann unter zwanzig hätte sie Folgendes erwidern können: „Ah, ein junger Klugscheißer. Machen Sie weiter so, Sie werden es weit bringen.“, während ihr vielleicht für einen Mann über sechzig die Worte: „Aus dem Alter für Scherze müssten Sie doch schon raus sein.“ angemessen erschienen wären. Wie auch immer die Antwort ausgefallen wäre: Maria Windelen hätte darauf bestanden, dass ihr kommunikatives Handeln auch für eine Schullektorin in einer solchen Situation (abends, müde, Servicekraft) angemessen und legitim und das Verhalten der Servicekraft unangemessen gewesen sei.

Vielleicht schaukelt sich der Wortwechsel auch hoch. Der Mann betrachtet eine solche Antwort als persönliche Herabsetzung – sein Gesicht ist in Gefahr. Das kann und will er sich nicht gefallen lassen – schon gar nicht von der aufgetakelten Tussi mit ihrem Mercedes. Vielleicht murmelt er dann so etwas wie: „Schon wieder eine von diesen frustrierten alten Frauen, die sich immer aufspielen müssen. Wahrscheinlich würde ihn das nicht nur sein Trinkgeld kosten, sondern ihm auch eine Beschwerde beim Geschäftsführer und vielleicht sogar eine Kündigung einbringen. Die Welt wäre dann für beide eine andere geworden.“

Natürlich hätte der Mann nicht die Kundin, sondern die Frau ansprechen können. Er hätte dezent flirten oder hofieren können. Aber er hätte auch, den Auffüllstutzen in der Hand, mit den Worten ‚Tank‘ und ‚tanken‘ jede Art von Mehrdeutigkeiten und Anzüglichkeiten in sein kommunikatives Handeln einflechten können. Auch das hätte wahrscheinlich zu massiven Irritationen des kommunikativen Ereignisses führen können (Trinkgeldverweigerung und Beschwerde eingeschlossen), in deren Verlauf die bewährten Beleidigungskaskaden dafür gesorgt hätten, dass die gesellschaftliche Debatte über die Eigenschaften von Frauen und Männern reichlich Nahrung gefunden hätte.

Aber der Mann im Overall hätte Maria Windelen auch in gebrochenem Deutsch mit: „Du tanken?“ ansprechen können. In dem Falle hätte sie vielleicht ihr Anliegen langsamer und deutlicher artikuliert vorgetragen und folgende Formulierung gewählt: „Der Tank ist leer. Bitte füllen!“ Oder sie hätte sich mit Hilfe von Hinweisgesten verständlich gemacht. Oder sie hätte den Tank selbst

befüllt. Auf keinen Fall hätte sie jedoch ihr Gegenüber gerügt und darauf bestanden, von ihm nicht plump vertraulich angesprochen zu werden – einfach deshalb, weil es für den Umgang mit Menschen, die erkennbar einer Sprache oder der Kommunikation nicht mächtig sind, besondere Regeln gibt. Besondere Umgangsformen gibt es nämlich auch für Servicekräfte, die stottern oder stumm sind.

Aber alles hätte auch eine positive Wendung nehmen könne. So hätte auf der anderen Seite der Zapfsäule ein Audi A8 halten und ihm die schon seit Jahrzehnten nicht mehr gesehene Jugendliebe von Maria Windelen entsteigen können. Vielleicht hätte man sich erkannt, vielleicht einige Zeit miteinander gesprochen und sich für das nächste Wochenende verabredet. Oder ein Mann im Nikolauskostüm hätte auf seiner Suche nach Kunden Maria Windelen mit einer Weihnachtstüte überraschen können. Die Tankstelle hätte aber auch Schauplatz eines gescheiterten Raubüberfalls werden können und die flüchtenden Täter hätten Maria zum Schutz als ihre Geisel mitgenommen.

All das (und vieles andere mehr) hätte passieren können und all das (und vieles andere mehr) passiert auch – jeden Tag an vielen Orten. Aber hier ist es *dieses Mal* nicht passiert. Was nichts heißen soll, denn beim nächsten oder übernächsten Mal könnte es auch hier passieren, dass die Welt ein wenig ins Stolpern gerät.

2.3 Die Welt in Ordnung

Wenn Maria Windelen das Gelände verlässt, sich in den laufenden Verkehr einfügt und nach Hause fährt, dann ist für beide die Welt in Ordnung. Autos fahren immer noch mit Benzin, es gibt keine Benzinknappeit und die global organisierte Petrolindustrie ist immer noch für die Förderung, die Herstellung und den Vertrieb von Benzin zuständig. Weder Maria Windelen noch der Mann von der Tankstelle mussten ihre Rolle oder gar ihre Identität verteidigen. Kunden tun immer noch das, was Kunden tun und Servicekräfte tun das, was Servicekräfte tun. Der Mann im Overall wird für sich eine Art ‚geistiges Punktekonto‘ für die attraktive Frau anlegen und wegen des erhaltenen Trinkgeldes dort einige Pluspunkte verbuchen (siehe hierzu Brandom 2000), was sich beim nächsten Aufeinandertreffen positiv auswirken könnte. Maria Windelen wird den Mann, gerade weil alles so reibungslos lief, bereits auf ihrem Weg nach Hause vergessen haben. Deshalb legt sie für ihn auch kein Konto an. Sollten sie sich erneut begegnen, käme vielleicht eine Erinnerung hoch, vielleicht auch nicht. Für sie begänne somit etwas Neues, während für ihn etwas weiter ginge.